



ČESKÝ KRUMLOV

SVĚTOVÉ DĚDICTVÍ UNESCO

Plán podpory rozvoje cestovního ruchu 2016



Českokrumlovský rozvojový fond, spol. s r.o.

Český Krumlov Tourism

náměstí Svornosti 2

381 01 Český Krumlov

www.b2b.ckrumlov.info



ČESKÝ KRUMLOV
TOURISM

OBSAH

ORGANIZACE CESTOVNÍHO RUCHU V RÁMCI ČKRF	3
STRATEGICKÉ CÍLE, CÍLOVÉ TRHY 2016 - 2018	5
VÝCHOZÍ PŘEDPOKLADY, ZÁKLADNÍ DATA A FAKTA	6
PRIORITY 2016 – 2017	8
MANAGEMENT CESTOVNÍHO RUCHU	8
PRODUKTY CESTOVNÍHO RUCHU	12
POSÍLENÍ KVALITY CESTOVNÍHO RUCHU	17
MARKETINGOVÁ KOMUNIKACE	18
KLÍČOVÁ TÉMATA KOMUNIKACE 2016	18
PLÁN MARKETINGOVÝCH AKTIVIT 2016	20
INTERNET – WEBOVÝ PORTÁL www.ckrumlov.info	20
ELEKTRONICKÁ MÉDIA	20
PR A KOMUNIKACE	21
EDICE – TIŠTĚNÁ A ELEKTRONICKÁ MÉDIA	23
VELETRHY, WORKSHOPY, PREZENTACE	24
PARTNERSTVÍ	25
KLÍČOVÍ PARTNEŘI ČESKÝ KRUMLOV TOURISM	30
FINANCOVÁNÍ	31
ČESKÝ KRUMLOV TOURISM – KONTAKTY	33

ORGANIZACE CESTOVNÍHO RUCHU V RÁMCI

ČESKOKRUMLOVSKÉHO ROZVOJOVÉHO FONDU

ČESKÝ KRUMLOV TOURISM

Českokrumlovský rozvojový fond, spol. s r.o. (ČKRF) byl založen roku 1991 jako obchodní společnost ve stoprocentním vlastnictví města Český Krumlov. Pro naplnění oblasti činnosti „koordinace, podpora a rozvoj cestovního ruchu“ je v rámci ČKRF zřízen a provozován **úsek cestovního ruchu – Český Krumlov Tourism**. Činnost Český Krumlov Tourism je naplňována prostřednictvím 12ti pracovníků.



VIZE

ČESKÝ KRUMLOV TOURISM provozovaný v rámci ČKRF je **výkonnou a respektovanou oficiální turistickou autoritou města Český Krumlov**. Poskytuje „pod jednou střechou“ **kvalitní ucelený servis pro návštěvníky destinace, obyvatele města a své partnery**. **Úzce spolupracuje** s partnery na místní, regionální, celostátní i zahraniční úrovni. Společnými aktivitami přispívá k tomu, aby Český Krumlov zůstal vyhledávanou turistickou destinací s akcentem na cílovou turistickou klientelu, prodlužování a navýšení počtu pobytů a zapojování širší nabídky města a blízkého okolí do návštěvnických programů. Systematicky se podílí na **řízení trvale udržitelného rozvoje cestovního ruchu** s ohledem na unikátní hodnotu historického dědictví města Český Krumlov, je **klíčovou součástí destinačního managementu Český Krumlov**.

POSLÁNÍ

- **Zajistit kvalitní turistický servis pro návštěvníky Českého Krumlova.**
- **Být výkonnou a respektovanou marketingovou, servisní a obchodní organizací** pro partnery na místní, regionální, celostátní i zahraniční úrovni.
- **Spoluvytvářet a naplňovat oficiální marketingovou a komunikační strategii destinace Český Krumlov.** Být **servisní organizací destinačního managementu Český Krumlov**, podílet se na řízení a rozvoji trvale udržitelného rozvoje cestovního ruchu ve městě (prostřednictvím naplňování systému kontinuálního sběru, sledování a vyhodnocování dat).

FINANCOVÁNÍ

- **z rozpočtu ČKRF** - v plném rozsahu provoz IC, dále financování nákladů a výdajů, které splňují podmínku daňově uznatelných nákladů (= náklady vynaložené pro zajištění a udržení příjmů ČKRF);
- **z obchodní činnosti úseku** – na základě obchodních dohod a smluv;
- **z rozpočtu města Český Krumlov** – na základě smluv město-ČKRF financování marketingových aktivit a částečně činnost OIS, na základě dohody město-ČKRF-Městské divadlo financování propagace akcí projektu „Českokrumlovské slavnosti“;
- **z grantových programů a z finanční podpory partnerů.**

PARTNEŘI/KLIENTI

- **návštěvníci destinace, občané města Český Krumlov;**
- **subjekty cestovního ruchu a kultury působící na území destinace;**
- **instituce a autority působící v oblasti cestovního ruchu na úrovni místní, regionální, celostátní i zahraniční;**
- **odborná veřejnost** (vzdělávací instituce, profesní a zájmová sdružení apod.);
- **obchodní klienti** (touroperátoři, CK/CA, autobusoví dopravci, PCO, DMC apod.)
- **média** (republiková i zahraniční odborná a veřejnoprávní).

Marketingové aktivity jsou zaměřeny na následující subjekty:

- Obyvatelé města a regionu s potenciálem stát se návštěvníky využívajícími tur. nabídku a služby
- Návštěvníci/turisté
- Obchodní partneři/touroperátoři

STRATEGICKÉ CÍLE

- Upevnění pozice Českého Krumlova jako jedné z **nejvýznamnějších destinací cestovního ruchu v České republice**. Upevnění povědomí o Českém Krumlově jako **destinaci s jedinečným géníem loci a mimořádnou kulturně-historickou hodnotou**, která je vhodná především pro poznávací turistiku.
- **Udržení návštěvnosti města, prodloužení průměrné délky pobytu návštěvníků v destinaci** – zvýšení počtu přenocování, vyšší ekonomická spotřeba.
- Český Krumlov je **celoroční destinace**.
- **Posílení kvality poskytovaných služeb** - posílení pozitivního vnímání a spokojenosti návštěvníků = mundopropaganda
- Budování vztahu návštěvníků k destinaci – **opakované návštěvy**.

CÍLOVÉ TRHY 2016 - 2018

TOP trhy¹ (priorita 1) = trhy majoritního zájmu, na které budou zaměřeny vlastní nástroje marketingové komunikace v roce 2016 (viz dále) - zaměření na individuální klientelu

- **Česká republika / Německo / Rakousko / Slovensko / Maďarsko**
 - o **Region ČK, Lipno, ČB, „Evropský region Dunaj – Vltava“** (Horní Rakousko, Dolní Bavorsko, JČ, ZČ) – segment návštěvníků ze vzdálenosti cca do 150 km, který realizuje krátkodobé pobyty, ale do destinace se vrací a účastní se především nabídky akcí

Rozvinuté trhy^{1,2} (priorita 2) = potenciální zájmové trhy z hlediska vlastních marketingových aktivit v dalších letech, marketingové aktivity v roce 2016 realizovány v kooperaci s agenturou CzechTourism – zahraničními zastoupeními (na základě marketingového plánu CzT 2016), Jihočeskou centrálou cestovního ruchu a v úzké součinnosti s místními průvodci, kteří se na uvedené trhy specializují.

- **Polsko, Benelux, Francie, Itálie, Španělsko, Rusko, Spojené království, USA, Kanada**

Formující se trhy^{1,2} (priorita 3) = trhy minoritního zájmu z hlediska vlastních marketingových aktivit, v případě asijských zemí je předpokládána zvýšená spolupráce se zahraničními zastoupeními agentury CzechTourism – především Čína, Jižní Korea, Japonsko, Hong Kong, Taiwan vzhledem k zaměření CzT na tyto trhy jako na nově rozvíjející se, mezi cílovými destinacemi v ČR pro uvedené trhy uveden Český Krumlov. V případě marketingových aktivit v dalších letech je cílem zaměření se na kvalitní bonitní klientelu z těchto trhů.

- **asijské země, Latinská Amerika, Austrálie**

¹ Klasifikace trhů, uváděná agenturou CzechTourism v Marketingovém plánu 2016

² Z důvodu omezených finančních i personálních zdrojů nejsou v roce 2016 plánovány výraznější marketingové aktivity na uvedených trzích, samozřejmostí je ovšem poskytnutí kvalitního komplexního turistického servisu v místě (poskytnutí průvodcovského servisu v daném jazyce, vybrané ediční tituly (propagační materiály, tištěné průvodce, mapy apod.) ve více světových jazycích apod.)

VÝCHOZÍ PŘEDPOKLADY, ZÁKLADNÍ DATA A FAKTA

ZÁVĚRY 1. ETAPY PROJEKTU „ANALÝZA PŘÍNOSŮ CESTOVNÍHO RUCHU A STRATEGIE ROZVOJE CESTOVNÍHO RUCHU V ČESKÉM KRUMLOVĚ“³

- Český Krumlov je od roku 1992 zapsán na **Seznamu světového přírodního a kulturního dědictví UNESCO**. **Destinace Český Krumlov patří mezi nejnavštěvovanější destinace městského typu v České republice.**
- Dominantou města je **Státní hrad a zámek Český Krumlov**, který je po Pražském hradě druhým nejrozsáhlejším komplexem v České republice. Ročně areál navštíví **více než 350 tis návštěvníků**.
- Díky aktivitám cestovního ruchu je v Českém Krumlově **zaměstnáno více než 3 000 osob**.
- Dle ČSÚ je evidováno v Českém Krumlově **3 062 aktivních podnikatelských subjektů**, z nichž **531 působí v sektoru cestovního ruchu**.
- Městský úřad Český Krumlov eviduje ve městě **4 582 lůžek** sloužících turistům k přechodnému ubytování, **stravovací zařízení** disponují **8 621 místy k sezení**.
- V období let 1990 – 2014 přesáhly investice do cestovního ruchu ze strany **orgánů veřejné správy** částku **3 mld. Kč**. Významnou měrou se podílejí na investičních aktivitách i **soukromé subjekty** (v rámci Analýzy nebyla provedena kvantifikace výdajů).
- Mezi nejvýznamnější přímé či úzce související **příjmy z cestovního ruchu do rozpočtu města** patří daň z nemovitých věcí 18,9 mil Kč/rok a příjmy z místních poplatků z ubytování a za užívání veřejného prostranství 8,9 mil Kč/rok. Díky provozování parkovišť Českokrumlovským rozvojovým je generováno dalších 13 mil Kč/rok.

³ Hlavním cílem první etapy projektu, která byla ukončena 30. 6. 2015, bylo analyzovat dosavadní vývoj cestovního ruchu v Českém Krumlově od roku 1990, stanovit dopady cestovního ruchu na rozvoj města a navrhnout systém pravidelného sledování a vyhodnocování výkonů cestovního ruchu. Dalším cílem projektu je zpracovat Strategii rozvoje cestovního ruchu ve městě Český Krumlov (2. etapa projektu – realizace v jednání).

- Za významné produkty cestovního ruchu Českého Krumlova byly uvedeny UNESCO a relaxace, Hudební festivaly, Cesty za poznáním, Český Krumlov Card a Školní výlety. **Jednotlivé produkty musí být lépe diverzifikovány k vybraným cílovým skupinám s přesnější marketingovou komunikací.** Ačkoliv počet příjezdů hostů do hromadných ubytovacích zařízení i počet přenocování v nich realizovaných roste, **v posledních letech se snižuje průměrná délka přenocování (1,5 dne). Čisté využití lůžek postupně vzrůstá a nyní dosahuje 34,9 %.**
- **Vyhodnocování výkonů cestovního ruchu** - dosavadní přístup ke statistickému sledování výkonů cestovního ruchu v Českém Krumlově není komplexní. Proto bylo navrženo sledování 21 indikátorů v časové řadě jako optimální sada indikátorů, souvisejících jak přímo tak nepřímo s cestovním ruchem.
- **Destinační management** - je nutné některé prvky institucionálního zabezpečení řízení cestovního ruchu ve městě inovovat, zejména je nutné prohloubit spolupráci a postupně vybudovat partnerství mezi orgány veřejné správy a soukromými podnikatelskými subjekty.
- **V rozvoji cestovního ruchu v ČK lze sledovat v současné době následující pozitiva a negativa:**

Pozitiva (+)	Negativa (-)
Ideální předpoklady pro rozvoj cestovního ruchu	Vztah místních obyvatel k cestovnímu ruchu
Osvícený přístup k podpoře rozvoje cestovního ruchu	Nízká úroveň kooperace s navazujícími destinacemi
Založení Českokrumlovského rozvojového fondu, spol. s r.o.	Budování destinačního managementu shora s lokálním charakterem působení
Soustavná péče o kulturní památky	Komercializace cestovního ruchu

PRIORITY 2016 - 2017

MANAGEMENT CESTOVNÍHO RUCHU

PRODUKTY CESTOVNÍHO RUCHU

POSÍLENÍ KVALITY CESTOVNÍHO RUCHU – VZDĚLÁVÁNÍ

MARKETINGOVÁ KOMUNIKACE

PARTNERSTVÍ

MANAGEMENT CESTOVNÍHO RUCHU

DESTINAČNÍ MANAGEMENT ČESKÝ KRUMLOV

DESTINAČNÍ MANAGEMENT - úzce chápán jako nejvyspělejší forma řízení cestovního ruchu v turisticky vyspělých oblastech. V širším pojetí chápán obecně jako **spolupráce a kooperace poskytovatelů služeb za účelem efektivnějšího řízení cestovního ruchu v území**. Velmi často jsou tyto kooperační aktivity založeny na **spolupráci mezi veřejným a soukromým sektorem**. K realizaci destinačního managementu jsou vytvářeny speciální organizační jednotky = **organizace destinačního managementu/destinační společnosti**, zaměřené na prosazení destinace a jejích produktů cestovního ruchu na trhu.



CÍL 2016/2017: VYTVOŘENÍ PLNOHODNOTNÉ A PLNĚ FUNKČNÍ ORGANIZACE
DESTINAČNÍHO MANAGEMENTU/DESTINAČNÍ SPOLEČNOSTI PROSTŘEDNICTVÍM
AKTIVNÍHO A PLNOHODNOTNÉHO ZAPOJENÍ VEŘEJNÉ I SOUKROMÉ SFÉRY

NÁSTROJ: realizační tým destinačního managementu Český Krumlov = „přípravný tým“ pro vytvoření plně funkční organizace destinačního managementu Český Krumlov.

Složení týmu:

- Město Český Krumlov: radní s gescí cestovního ruchu = předseda Komise cestovního ruchu RM ČK, statutární zástupce města Český Krumlov
 - Českokrumlovský rozvojový fond, spol. s r.o.: jednatel, vedoucí Český Krumlov Tourism
 - Sdružení cestovního ruchu Český Krumlov, z.s.: 2 zástupci / z čehož 1 osoba předseda Sdružení
 - Sdružení průvodců Český Krumlov: 1 zástupce (osoba jednatele Sdružení)
 - Občanské sdružení Půjčovny lodí a kempy na Vltavě: 1 zástupce z regionu Český Krumlov
 - Městské divadlo Český Krumlov, o.p.s.: ředitel
 - Hotel Růže, Hotel Old Inn: ředitel
 - UNIOS CB, spol. s r. o., Vydavatelství MCU s.r.o.: jednatel
- **Pracovní jednání** – cca 6 jednání v průběhu roku – z toho 2 pevné termíny duben, říjen (v návaznosti na níže uvedená diskusní setkání s širokou odbornou veřejností), další dle aktuální potřeby dle konkrétních témat určených k projednání
- o 1. jednání 10. 11. 2015 – téma návrh Plánu podpory rozvoje cestovního ruchu destinace Český Krumlov 2016
- **Činnost, témata k jednání 2016:**
- o naplňování Plánu podpory rozvoje cestovního ruchu destinace Český Krumlov 2016
 - o návrh zadání a realizace Strategie rozvoje cestovního ruchu ve městě Český Krumlov
 - o iniciační a konzultační funkce v dalších oblastech (propagace destinace, lidské zdroje, financování cestovního ruchu, doprava, spolupráce atd.)

REALIZACE DISKUSNÍCH SETKÁNÍ S ŠIROKOU ODBORNOU VEŘEJNOSTÍ

V CELÉ ŠÍŘI SPEKTRA TURISTICKÉ NABÍDKY A SLUŽEB

- o květen 2016 – představení programů slavností, festivalů aj. tradičních eventů sezóny 2016, představení závěrů 2. etapy projektu „Analýza přínosů cestovního ruchu a strategie rozvoje cestovního ruchu v Českém Krumlově“
- o listopad 2016 – setkání dle jednotlivých sektorů/oblastí - témata: vyhodnocení uplynulé sezóny, Plán podpory rozvoje cestovního ruchu 2017
 - ubytování, gastro, průvodcování, turistické služby (doprava, půjčovny apod.), kultura (turistické atraktivity, organizátoři akcí)

Obě akce určeny pro širokou odbornou veřejnost, pro podnikatele v oblasti cest. ruchu a kultury.

REALIZACE 2. ETAPY PROJEKTU „ANALÝZA PŘÍNOSŮ CESTOVNÍHO RUCHU A STRATEGIE ROZVOJE CESTOVNÍHO RUCHU V ČESKÉM KRUMLOVĚ“⁴

Návrh zadání pro zpracování 2. etapy projektu:

- **Validace analytických vstupů** – v případě potřeby doplnění analytické části projektu s využitím aktuálních koncepčních dokumentů města, především doplnění o řízené rozhovory s odbornou veřejností a zástupci města s cílem zjištění jejich potřeb
- **Tvorba strategie rozvoje cestovního ruchu:**
 - o stanovení vize, globálního cíle a dílčích strategických cílů;
 - o návrh konkrétních opatření a projektů včetně odhadu jejich finanční a personální náročnosti s přihlédnutím k celkovému ekonomickému potenciálu destinace; navržená opatření a projekty by měly vést k udržitelnému rozvoji cestovního ruchu ve městě, jejich prostřednictvím by mělo dojít k maximalizaci pozitivních efektů cestovního ruchu a naopak k minimalizaci negativních jevů; cílem je nalézt shodu s potřebami zainteresovaných skupin (občané, návštěvníci, podnikatelé, veřejný sektor);

⁴ Hlavním cílem první etapy projektu, která byla ukončena 30. 6. 2015, bylo analyzovat dosavadní vývoj cestovního ruchu v Českém Krumlově od roku 1990, stanovit dopady cestovního ruchu na rozvoj města a navrhnout systém pravidelného sledování a vyhodnocování výkonů cestovního ruchu. Dalším cílem projektu je zpracovat Strategii rozvoje cestovního ruchu ve městě Český Krumlov (2. etapa projektu – realizace v jednání).

- o návrh produktového portfolia v turistické nabídce, návrh systému tvorby produktů včetně návrhu marketingové a komunikační strategie;
- o návrh principů organizace a řízení rozvoje cestovního ruchu ve městě včetně návrhu interní komunikační strategie; při přípravě vzít v potaz nejen instituce a subjekty na úrovni města, ale následně definovat role, kompetence, vztahy a vzájemnou spolupráci rovněž s institucemi/subjekty na úrovni regionální, krajské a státní;
- o návrh možných způsobů navýšení příjmů města z cestovního ruchu a návrh kvantifikace podílu výdajů města na rozvoji cestovního ruchu, následně návrh zpětného návratu prostředků do cestovního ruchu = systém financování cestovního ruchu;
- o návrh systému indikátorů (systému pravidelného sběru a sledování dat), způsobu jejich měření a vyhodnocování pro udržitelný rozvoj cestovního ruchu v budoucnu.

➤ **Metodika monitoringu a vyhodnocení plnění strategie pro posouzení efektivity jednotlivých opatření**

Cílem Strategie rozvoje cestovního ruchu je zpracovat praktický materiál, který bude využitelný, dlouhodobě udržitelný a efektivní a nasměruje další rozvoj Českého Krumlova v oblasti cestovního ruchu. Strategie rozvoje cestovního ruchu v Českém Krumlově si klade za cíl být **pilotním projektem**, využitelným dále na úrovni obcí, turistických oblastí či regionů v rámci České republiky.

Návrh vícezdrojového financování

- město Český Krumlov
- Českokrumlovský rozvojový fond, spol. s r.o.
- Sdružení cestovního ruchu Český Krumlov, z.s.
- Jihočeská centrála cestovního ruchu
- agentura CzechTourism

Odhadovaná finanční náročnost zpracování Strategie rozvoje cestovního ruchu v Českém Krumlově je cca 1.000.000,- Kč (vč. DPH). Zadání Strategie rozvoje cestovního ruchu předpokládáno I.Q 2016.

SLEDOVÁNÍ A VYHODNOCOVÁNÍ VÝKONŮ CESTOVNÍHO RUCHU V DESTINACI

- V rámci druhé/návrhové části projektu „**Analýza přínosů cestovního ruchu a strategie rozvoje cestovního ruchu v Českém Krumlově**“ optimalizace návrhu indikátorů, uvedených v první/analytické části, návrh způsobu jejich měření a následného vyhodnocování pro udržitelný rozvoj cestovního ruchu v budoucnu. Na základě návrhu ve Strategii rozvoje cestovního ruchu aplikace systému do praxe od roku 2017

Zodpovídá: vedoucí Český Krumlov Tourism

PRODUKTY CESTOVNÍHO RUCHU

PRODUKTY CESTOVNÍHO RUCHU – klíčové produkty představují konkurenční výhody destinace. Je to cíleně sestavený a organizovaný soubor nabízených služeb pro hlavní formy dovolené. Základem tvorby produktu jsou regionální a místní produkty a jejich propojení do národní značky (národní/tematické produkty)⁵. **Cílem produktů cestovního ruchu je, aby se z jednodenního návštěvníka stal turista, který v destinaci přenocuje, čímž se zvýší multiplikační efekt cestovního ruchu v území.**

CÍL 2016/2017: NA ZÁKLADĚ USP (Unique Selling Propositions) VYTVOŘENÍ PRODUKTŮ, NÁVRH VHODNÉHO MARKETINGOVÉHO A KOMUNIKAČNÍHO MIXU (stanovení systému jejich prodeje pro FIT, GROUP, MICE a propagace s využitím nástrojů marketingové komunikace níže).

- Specifikace produktového portfolia v turistické nabídce, návrh systému tvorby produktů včetně návrhu marketingové a komunikační strategie bude součástí návrhu STRATEGIE ROZVOJE CESTOVNÍHO RUCHU V ČESKÉM KRUMLOVĚ.
- Při tvorbě produktů a stanovení systému jejich prodeje a propagace bude probíhat od listopadu 2015 do dubna 2016 **spolupráce s Jihočeskou univerzitou v Českých Budějovicích**, Katedrou obchodu a cestovního ruchu v rámci Specializačního projektu s týmem studentů končícího pátého ročníku oboru Obchodní podnikání.

Prioritou v oblasti tvorby produktů pro rok 2016 bude **shromáždění podkladů** (nabízené služby, regionální a místní produkty atd.) **v rámci společné destinační turistické/volnočasové webové prezentace www.ckrumlov.info** (aktualizace současných dat, sběr nových podkladů a jejich prezentace v rámci navržených produktů cestovního ruchu) – postupné zpracování do podoby – viz modelový příklad obsahu produktu agentury CzechTourism (příběh, itinerář, atraktivita, služby, balíček/package s rezervací).

Propojení produktů Českého Krumlov do národní značky (národní/tematické produkty):

Produkty agentury CzechTourism 2016 (dle Marketingového plánu CzT 2016) – vycházející z Marketingové koncepce cestovního ruchu 2013 - 2020

- **Cesty za poznáním – kulturní cesty/tematické cesty**
- **Regiony, příroda, sport a pohyb – letní cesty, zimní cesty**
- **Zdraví (lázně, zdravý životní styl, wellness)**
- **MICE**
 - Pro rok 2016 úzké propojení produktů s celorepublikovým tématem „Odkaz Karla IV“

⁵ Marketingová koncepce cestovního ruchu 2013 – 2020, CzechIt – Institute for Strategic Studies on Tourism, o.p.s.

Modelový příklad obsahu produktu agentury Czech Tourism:

Příběh – upoutání pozornosti

CzechRepublicLand of Stories

DestinationsActivitiesEventsTravel InfoStoriesTrips

Travel Professionals

Search

Login

Home > Trips > Franz Kafka's Prague

Prague - Franz Kafka

For most people two names spring to mind when they hear the words Jewish Prague. The first is Rabbi Loew and the second is Franz Kafka. Worldwide Kafka is probably the best-known Jewish figure linked to the Czech lands alongside Rabbi Loew. His letters, diaries, short stories and novels rank among the most important works of 20th century world literature. However, it is not just his work that has made him immortal.

Story

Itinerary

Attractions

Restaurants

Accommodation

Book Now



km4
days1
sights8





©Libor Sváček

Franz Kafka was born in **Prague** on 3 July 1883. Though he wrote in German, he is closely bound to Prague both as a man and as an artist. The genius loci of the city's Old Town, where he spent the greater part of his life, had an absolutely fundamental influence on his work. He did not see eye to eye with his father and suffered health problems all his life, which is perhaps why he always suffered from self-doubt and a lack of confidence. This was also reflected in his relationships with women, which were invariably complicated. He had a similar relationship to his work.

He loved literature and regarded it as his true calling, but still spent his whole working life in insurance. Though by all accounts he hated his job, he could still be proud of his successes and career advancements. This too attests to an imbalance in his personality, to the doubts that forever accompanied him. He lived like an ascetic, neither drinking nor smoking, and was a vegetarian for most of his life. He was also a convinced Zionist who was proud of his Jewish origins, studied Hebrew diligently and dreamt of living in the land promised to the nation of Israel by God. His support throughout his life was another German-language Prague writer, Max Brod. Brod only 'betrayed' Kafka once, making a decision that allows us to read the author's greatest works today: he did not respect Kafka's will, in which he demanded that all of his manuscripts, as yet unpublished, be destroyed. Among them were Kafka's two key works, *The Trial* and *The Castle*. Like his psyche, Kafka's body was fragile and he received treatment for tuberculosis for many years, spending part of his life in sanatoriums. He succumbed to the treacherous disease at the age of just 40. His legacy is immortal, however.

Itinerář – naplánování v jednotlivých dnech

CzechRepublicLand of Stories

DestinationsActivitiesEventsTravel InfoStoriesTrips

Travel Professionals

Search

Login

Home > Trips > Franz Kafka's Prague

Prague - Franz Kafka

For most people two names spring to mind when they hear the words Jewish Prague. The first is Rabbi Loew and the second is Franz Kafka. Worldwide Kafka is probably the best-known Jewish figure linked to the Czech lands alongside Rabbi Loew. His letters, diaries, short stories and novels rank among the most important works of 20th century world literature. However, it is not just his work that has made him immortal.

Story

Itinerary

Attractions

Restaurants

Accommodation

Book Now



km4
days1
sights8



Day 1

km4
hrs5
sights8



Show location on map

Your tour in the footsteps of Franz Kafka starts at the house where he was born at **Náměstí Frantze Kafky** (Franz Kafka Square). From there it is just a few dozen metres north on **Maiselova St.** to the **Jewish Town Hall** and **Old-New Synagogue**, a frequent destination for the writer. **Maiselova** intersects with **Šroková St.** and the latter leads you to a small park between the **Spanish Synagogue** and the **Church of the Holy Spirit** where you will find the **Franz Kafka Monument**, unveiled in 2003. From the monument head north on **Dutov** until you reach **Bilkova St.** No. 10 was the home of Kafka's sister **Valka** and the writer lived there twice, in 1914 and 1915. Now turn back towards the monument and take the street **V. Kolářova** to **Dlouhá**, where at no. 10, known as the **House at the Golden Pile**, Kafka lived from 1915 to 1917. Continue along **Dlouhá** in a south-westerly direction and you will get to **Old Town Square**. The writer lived for a number of years at no. 5 (**Oppelt House**) and no. 2 (**House at the Minute**). On the eastern side of the square starts **Celestná**, the street where Kafka lived with his family from 1892 to 1907, specifically at no. 3. Turn right into **Kamzkova** before following **Zelená**, **Rybná** and **Na Mlýnsku** all the way to **Venceslas Square**. In the upper part, at no. 19, is the building of the **Assicurazioni Generali** insurance company where Kafka worked and built a successful career. Then head back to the lower part of the square and on to **Perlová St.**, then across **Uhlavský trh** to **Skřepka**; Kafka's great friend, the writer **Max Brod**, lived at no. 1. From there go via **Na Postrání** to **Narodní**, where at no. 22 you will find **Café Louvre**, where Kafka and Brod spent long hours discussing literature and Zionism. From there you can go via the square **Bellemeké náměstí** and **Liliová St.** to **Charles Bridge**. When you cross the river take a right into **Cihelna**, location of the **Franz Kafka Museum**. For your last part of call you will need to take a car or go by metro or train to the stop **Želiezského** on the other side of the city, where **Vinohrady** meets **Žitkov**. At **Izraelská 1** you will find the **New Jewish Cemetery**, location of the **tomb of Franz Kafka** and his parents; a plan at the entrance to the cemetery will help you find it without difficulty.

Common Tips

With more than a century of tradition behind it, **Café Louvre** is a stylish spot for lunch or coffee and a piece of cake. Alongside Kafka, its patrons have included **Karel Capek**, **Otto Pick**, **Franz Werfel** and **Albert Einstein**.

Transportation

ary is designed for walkers, though it can be combined with

Doporučené atraktivita a služby (praktické info)

CzechRepublicLand of Stories

DestinationsActivitiesEventsTravel InfoStoriesTrips

Travel Professionals

Search

Login

Home > Trips > Franz Kafka's Prague

Prague - Franz Kafka

For most people two names spring to mind when they hear the words Jewish Prague. The first is Rabbi Loew and the second is Franz Kafka. Worldwide Kafka is probably the best-known Jewish figure linked to the Czech lands alongside Rabbi Loew. His letters, diaries, short stories and novels rank among the most important works of 20th century world literature. However, it is not just his work that has made him immortal.

Story

Itinerary

Attractions

Restaurants

Accommodation

Book Now



km4
days1
sights8





Clarion Old Town Prague

If you have decided to spend a few days in Prague, this hotel is the perfect choice thanks above all to its unique location in the historical centre of Prague, a mere five minutes by foot from Old Town Square and Náměstí Republiky (Republic Square).

Address
Hradbani 9, 110 00 Praha
GPS: 50.082737, 14.426444



EA Hotel Embassy

EA Hotel Embassy is located in a building constructed in neo-Renaissance style in 1880. It subsequently received an art deco renovation and the hotel's present interior has naturally been adapted to fit that style.

Address
Petrská 1167/31
110 00 Praha 1
GPS: 50.082214, 14.435649



EA Hotel Julius

Everybody has a different opinion when it comes to the discussion about where the absolute centre of Prague lies. However, the prevailing view is that the bustling Venceslas Square can be regarded as the centre of the city.

Address
Venceslas náměstí 782/22
110 00 Praha
GPS: 50.082976, 14.424727



Hotel King David

If one is looking for a place to stay, it is hard to imagine a better location in Prague than that boasted by Hotel King David, which is in

Package – nabídnutí možností koupení balíčku

CzechRepublicLand of Stories

DestinationsActivitiesEventsTravel InfoStoriesTrips

Travel Professionals

Search

Login

Home > Trips > Franz Kafka's Prague

Prague - Franz Kafka

For most people two names spring to mind when they hear the words Jewish Prague. The first is Rabbi Loew and the second is Franz Kafka. Worldwide Kafka is probably the best-known Jewish figure linked to the Czech lands alongside Rabbi Loew. His letters, diaries, short stories and novels rank among the most important works of 20th century world literature. However, it is not just his work that has made him immortal.

Story

Itinerary

Attractions

Restaurants

Accommodation

Book Now



km4
days1
sights8



Kafka's Prague tour



Tour Kafka's Prague includes

- Entry to Old-New Synagogue, Spanish Synagogue, Franz Kafka Museum
- Coffee and cake at Café Louvre
- Guide during whole tour
- Magni guide publication

Price **1390 Kč** per person

More information you can find **HERE!**

13

NÁVŠTĚVNÍCI/TURISTÉ (B2C)

➤ **ČESKÝ KRUMLOV CARD – jeden z nástrojů podpory prodeje destinace, motivační nástroj k prodloužení pobytu návštěvníka**

- o **Cíl** – ČK CARD = klíčový nástroj podpory prodeje destinace (klíčová součást produktů cestovního ruchu) – podmínkou zapojení dalších subjektů do zvýhodněné destinační nabídky
- o **Plánovaný meziroční nárůst prodeje cca 10%**
- o **Aktivita:**
 - rozšíření Český Krumlov Card o vybranou expozici Klášterů Český Krumlov (expozice Středověký klášter - Život a umění v klášteře minoritů nebo Život a umění v klášteře klarisek) v rámci jednotné vstupenky od 1.1.2016
 - v roce 2016 výběr vhodné varianty zapojení dalších subjektů do ČK CARD a příprava pro spuštění od roku 2017
 - 1.Q 2016 zpracování analýzy bonusových systémů/karet (obsah, financování, správa apod.) pro jednání realizačního týmu destinačního managementu Český Krumlov
 - zintenzivnění spolupráce s místními ubytovacími zařízeními – zavedení prodeje karty přes recepci/komisní prodej, zapojení karty do hotelových pobytových programů
- o **Propagace:** aktualizace propagačního materiálu (na základě obsahových změn), zintenzivnění marketingových a PR aktivit na TOP trzích (koncentrace na e-marketing – vyhledávače Seznam, Google, zefektivnění využití Facebooku apod.), zintenzivnění podpory prodeje u zapojených partnerů – jak zapojených turistických atraktivit, tak ubytovacích zařízení (vybavení vhodnými nástroji pro podporu prodeje – mapy, plakáty, samolepky apod. v jednotném designu)

➤ **POBYTOVÉ BALÍČKY – FIT**

Inovace současného systému tvorby a prodeje destinačních pobytových balíčků = kombinované programy pro individuální klienty s konkrétním obsahem, cenou, možností koupě (sestavené na základě produktového portfolia destinace)

Cíl: prodloužení délky pobytu návštěvníků

Varianta 1: Společná destinační nabídka

- o Celoroční nabídka nebo časově omezená nabídka jen na období mimo hlavní turistickou sezónu (říjen – květen) dle zvolených destinačních produktů – např. 2+1 noc zdarma v období říjen – květen, 3+1 noc zdarma v období červen - září
 - součástí destinačního produktu vždy ČK CARD

Součástí vždy společná destinační nabídka, jednotná pro všechna zapojená ubytovací zařízení + další služby, které nabízí dané ubytovací zařízení navíc = různá konečná cena balíčku. Balíček prodáváný přímo prostřednictvím zapojených ubytovacích zařízení, prostřednictvím www.ckrumlov.info a s využitím dalších nástrojů marketingové komunikace níže (inspirace viz http://www.graztourismus.at/de/hotels-appartements/graz-packages/advent_pu-2305 (Adventpackage)

- o V platnosti rovněž současný produkt „3 noci karta zdarma“ (ČK CARD obdrží host u partnerských ubytovacích zařízení k jakémukoli pobytu 3 a více nocí)

Varianta 2: Individuální nabídka partnerských subjektů

- o Prodej balíčků jednotlivých ubytovacích zařízení dle jejich individuální nabídky – nejen prostřednictvím samotných ubytovacích zařízení, ale i prostřednictvím www.ckrumlov.info a s využitím dalších nástrojů marketingové komunikace níže – inspirace viz <http://www.linztourismus.at/essen-und-schlafen/packages/hotelpackages/> (Packages des Hotels)

➤ **Systém tvorby a prodeje destinačních pobytových balíčků předmětem jednání realizačního týmu destinačního managementu Český Krumlov ve 2.Q 2016.**

*Konkrétní aktivity rakouský trh: Pokračování spolupráce s pracovní skupinou **Tourismusverband Linz + Blue Danube Airport Linz + Eurotours International** - příprava přeshraničních pobytových programů pro individuální klienty a skupiny, které budou distribuovány a prodávány prostřednictvím zavedených distribučních kanálů těchto partnerů.*

OBCHODNÍ PARTNEŘI/TOUROPERÁTOŘI (B2B – GROUP/MICE)

- Tvorba „**Sales Guide destinace**“ pro skupiny a „**Business & Event Guide**“ pro segment M.I.C.E.
 - o elektronická forma na www.b2b.ckrumlov.info (pro MICE segment www.mice.ckrumlov.info) a flash disk
- Zavedení CRM systému – vedení databáze kontaktů, zavedení „infomailu“ = zasílání pravidelného newsletteru o aktuální turistické nabídce, o aktuálním produktovém portfoliu destinace (ČJ NJ, AJ / 2x ročně)
- Organizace **fam tripů ve spolupráci s CzechTourism a Jihočeskou centrálou cestovního ruchu** (předpokládaný počet cca 10 fam tripů), organizace **fam tripů na základě individuální poptávky**

V rámci přípravy „Katalogu marketingové a obchodní spolupráce Český Krumlov Tourism“ nastavení pravidel (podmínek) spolupráce na fam tripech s partnery v destinaci.

Konkrétní aktivity trh USA, Kanada: Ve spolupráci s Donau Oberöstererich Tourismus GmbH a společností AVALON (lodní doprava po Dunaji) organizace press a fam tripu 13.4.2016 pro cca 80 – 100 amerických touroperatorů a novinářů do Českého Krumlova – v rámci programu zajištěna prohlídka prostor Zámku a Barokního divadla, prohlídka města a Rožmberské veselí v hotelu Růže.

Konkrétní aktivity německý trh (Bavorsko): Spolupráce se společností ARBERLAND REGio GmbH – prezentace destinace na bavorském trhu - FIT i GROUP (více viz partnerství).

Další spolupráce s touroperátory a CK probíhá na základě obchodní spolupráce = poradenství, turistický servis, příprava programů apod. pro destinaci Český Krumlov a území v okruhu do cca 40 km.

Zodpovídá: produktový manažer, marketingový manažer

POSÍLENÍ KVALITY CESTOVNÍHO RUCHU

VZDĚLÁVÁNÍ, POZNÁNÍ DESTINAČNÍ NABÍDKY

- Pokračování spolupráce se **Sdružením průvodců Český Krumlov** při realizaci série **4 seminářů v období únor/březen 2016** (do roku 2015 pro členy Sdružení a pracovníky Český Krumlov Tourism) – **v roce 2016 v případě zájmu organizace seminářů pro další odbornou veřejnost v Českém Krumlově** (návrh témat: „Moderní technologie pro marketing v cestovním ruchu“, „Multikulturní rozdíly návštěvníků“) – termíny i náplň seminářů v jednání
 - V rámci jednání realizačního týmu destinačního managementu Český Krumlov **navrhnout v roce 2016 systém kontinuální spolupráce v oblasti vzdělávání pro subjekty v destinaci** (viz výše uvedená kontinuální spolupráce na organizaci seminářů se Sdružením průvodců Český Krumlov).
- **Servis Český Krumlov Tourism při zavádění nového produktu/nové atraktivity na trh („produktová školení“)** – ve spolupráci s provozovatelem atraktivity organizace speciální prohlídky pro zainteresovanou veřejnost z Českého Krumlova s cílem poznat novou destinační nabídku (pro průvodce, provozovatele ubytovacích zařízení, recepční, provozovatele shuttle dopravy apod.) – distribuce pozvánek prostřednictvím Mailfóra OIS

Zodpovídá: vedoucí Český Krumlov Tourism

MARKETINGOVÁ KOMUNIKACE

KLÍČOVÁ TÉMATA KOMUNIKACE 2016

STÁTNÍ HRAD A ZÁMEK ČESKÝ KRUMLOV – novinky 2015/2016

Centrum studijních pobytů - přednáškové sály a ubytovací kapacity se otevrou účastníkům intenzivních studijně rekreačních pobytů z tuzemských i zahraničních univerzit v dubnu 2016. Zrekonstruované prostory budou sloužit nejen studijním pobytům, ale i pro kulturní a společenská setkání.

Konírny, Zámecká kovárna - nové unikátní expozice, zpřístupněné v roce 2015

www.zamek-ceskykrumlov.eu/

www.zamek-ceskykrumlov.eu/projekt-centrum-studijnich-pobytu/

KLÁŠTERY ČESKÝ KRUMLOV

V Českém Krumlově se pro návštěvníky prvně v historii otevírá rozsáhlý soubor klášterních budov. Unikátní trojklášterí zaujímá hned druhé místo co do rozlohy po krumlovském zámku. Českokrumlovské kláštery svým otevřením nabízejí široké veřejnosti, zvláště pak dětem, mládeži a rodinám s dětmi klášterní život, kulturu, historii a umění daného období a vytváří zajímavý prostor pro poznání a zážitky. Kláštery Český Krumlov budou nabízet celoroční provoz.

www.klasteryck.cz

ZA SLAVNOSTMI A FESTIVALY – aktuální programy TOP akcí 2016

V rámci tradičních letních **hudebních festivalů** se představí špičkoví hudební interpreti – **Festival komorní hudby** (24. 6. - 3. 7. 2016) – **30 let výročí**, **Mezinárodní hudební festival Český Krumlov** (15. 7. - 13. 8. 2016) – **25 let výročí**, původní barokní hudební tvorbu představí v co nejautentičtějším provedení **Festival barokních umění** (16. - 18. 9. 2016), činohru, operu i balet bude možno shlédnout na **Otáčivém hledišti** (8. 6. – 4. 9. 2016). Listopad proběhne ve znamení hudby v podání **Krumlovských podzimních recitálů** a gastronomie při **Festivalu vína**. V rámci projektu **Českokrumlovské slavnosti** se budou konat tradiční akce **Kouzelný Krumlov** (30. 4. – 1. 5. 2016), **Slavnosti pětিলisté růže** (17. – 19. 6. 2016) – **30 let výročí**, **Svatováclavské slavnosti** (23. 9. – 28. 9. 2016), **Advent a Vánoce v Českém Krumlově** (25. 11. 2016 – 6. 1. 2017).

www.ckrumlov.cz/highlights

ČESKÝ KRUMLOV AKTIVNÍ

VLTAVA = USP (Unique Selling Propositions) Českého Krumlova, unikátní produkt, který hraje významnou roli v cestovním ruchu Českého Krumlova. Právě svou polohu na březích řeky Vltavy patří Český Krumlov mezi vyhledávané cíle specifického cílového segmentu vodáků. Vltava je stále častěji fenomén nejen pro zkušené vodáky, ale i pro širokou veřejnost. Vrcholem vodácké sezóny je **Krumlovský vodácký maraton** (8. – 9. 10. 2016).

Nedotčená okolní krajina vybízí ke strávení dovolené v pohybu i v dalších formách aktivního pohybu – cykloturistika, pěší turistika (nording walking) či hippoturistika. Vyvrcholením tradičních sportovních aktivit budou sportovní akce mezinárodního významu **Bohemian Gran Fondo** (říjen 2016) a sportovní akce tentokrát pro milovníky rychlých kol - **Rallye Český Krumlov** (27. – 28. 5. 2016). Tématem roku 2016 pro jižní Čechy je „**Jižní Čechy olympijské**“ s vyvrcholením v srpnu 2016 v Lipně nad Vltavou v průběhu konání mezinárodní letní olympiády.

www.ckrumlov.cz/highlights

www.olympijskeparky.cz

ČESKÝ KRUMLOV CARD – jeden z nástrojů podpory prodeje destinace, motivační nástroj k prodloužení pobytu návštěvníka

Celoroční zvýhodněná vstupenka do 5 vybraných muzeí a galerií (úspora 50%) – Hradní muzeum a zámecká věž, Egon Schiele Art Centrum, Museum Fotoateliér Seidel, Regionální muzeum v Českém Krumlově s novinkou od roku 2016 vybraná expozice Klášterů Český Krumlov.

www.ckrumlov.cz/card

PLÁN MARKETINGOVÝCH AKTIVIT 2016

INTERNET – volnočasový/turistický webový portál www.ckrumlov.info

Priorita 2016: kvalitativní posun **webových stránek** destinace z hlediska cestovního ruchu tak, aby odpovídaly současnému stupni vývoje a očekávání návštěvníků webu. Tvorba nové volnočasové/turistické webové prezentace (oddělené od prezentace pro občana).

Téma volnočasové/turistické webové prezentace předmětem jednání realizačního týmu destinačního managementu Český Krumlov v 1.Q 2016.

➤ **2.Q 2016 - spuštění nového volnočasového/turistického webového portálu s responsivním designem**

o Cílové skupiny:

- návštěvníci/turisté (B2C)
- obchodní partneři / touroperátoři – GROUP (B2B)
- konferenční klientela – MICE (B2B)
- odborná veřejnost – PARTNERS (B2B)
- média - PRESS

Zodpovídá: manažer OIS, marketingový manažer, vedoucí Český Krumlov Tourism

Další aktivity:

- **Vypracování systému statistik** (součástí celkového systému kontinuálního sběru, sledování a vyhodnocování dat)
- **Optimalizace využití vyhledávačů** (Seznam, Google), intenzivní využívání vyhledávačů pro **cílený e-marketing vybraných akcí/produktů** (sklikové kampaně apod.)

Zodpovídá: manažer OIS, marketingový manažer

ELEKTRONICKÁ MÉDIA

- Inovace současné podoby Audioguide (elektronický průvodce městem Český Krumlov – poskytováno v Infocentru na náměstí Svornosti) s využitím jako **aplikace pro chytré telefony a tablety**

- **Mobilní aplikace** – aktualizace v současnosti využívaných aplikací „[Mobilní průvodce Českým Krumlovem](#)“ (off-line verze – vytvořeno především pro zahraniční návštěvníky) a IN CITY (vytvořeno především pro domácí návštěvníky a občany města)
- Zefektivnění využitelnosti velkoplošných TV v Infocentru (tiskoviny a mapy ke stažení v elektronické podobě prostřednictvím QR kódů, prezentace aktuálních akcí/novinek – provázání s webem apod.)

Zodpovídá: manažer OIS, vedoucí IC, marketingový manažer

PR A KOMUNIKACE

- Návrh **komunikační strategie destinace Český Krumlov** v rámci druhé etapy projektu „**Analýza přínosů cestovního ruchu a strategie rozvoje cestovního ruchu v Českém Krumlově**“.
- **Aktualizace a optimalizace webových stránek pro novináře na novém webu** (aktuální tiskové zprávy, servis při pořádání press tripů, PR texty pro novináře základní o destinaci + tematické články atd.)
- Konkrétní aktivity ČR trh: navázání **celoroční mediální spolupráce** s vybranými médii – v roce 2016 se společností MAFRA (tištěná média) a RADIO UNITED SERVICES s.r.o. (Radio Image Program – Radio IMPULS jih (odvysílání minimálně 360 x 30 sec. spotů / rok na Rádiu Impuls jih + další mediální spolupráce v rádiích Beat, Country Rádio a Kiss Jižní Čechy)
- **Organizace tiskových konferencí**
 - o Konkrétní aktivity ČR trh: organizace ČKRF ve spolupráci s partnery v destinaci (jaro 2016 klíčová komunikační témata na vybraném veletrhu v ČR, říjen 2016 České Budějovice - Festival vína)
- Konkrétní aktivity TOP trhy + ve spolupráci se ZZ CzT další trhy: **tiskové zprávy a infoservis** (TZ o novinkách a akcích roku 2016 - distribuce leden/únor 2016, únor 2016 - Valentýn, Masopust, jaro 2016 – Velikonoce, říjen/listopad 2016 - Festival vína, distribuce TZ na městské slavnosti) + **distribuce tiskových zpráv partnerů, zajišťující vlastní aktivity v oblasti PR a komunikace, spolupráce s NPÚ**
- **E-komunikace**
 - o Mailfórum – pravidelné informace (aktuální, krátkodobé) o dění v destinaci - v rámci transformace OIS inovace obsahu a využití současného systému Mailfóra
 - o spolupráce s médii - aktualizace databáze kontaktů + transformace do prostředí Mailfóra

- **Press tripy** - vytipovat cíleně kvalitní novináře – v roce 2016 z oblasti TOP trhů (ve spolupráci se ZZ CzT ve Vídni, Berlíně, Bratislavě (i pro Maďarsko), Bavorsko ve spolupráci s Arberland Regio GmbH a Horní Rakousko ve spolupráci se zástupcem Donau-Moldau Region, ČR vlastní výběr) a s TZ k roku 2016 zaslat pozvánku na nabídku individuálního pobytu v ČR připraveného na míru danému médiu s podmínkou tiskového výstupu – plánováno do 5 zástupců médií pro každou zemi z TOP trhu

- o Plánováno ze strany CzechTourism:

- 1x press trip Slovensko – ve spolupráci se zahraničním zastoupením agentury CzT v Bratislavě a JCCR
- 3x press trip Španělsko + *cobrandová kampaň s leteckým dopravcem (Czech Airlines nebo Vueling) ve spolupráci se zahraničním zastoupením CzT v Madridu*
- Čína, Hong Kong, Japonsko – *press trip se zaměřením na jižní Čechy (celoroční téma CzT „Odkaz Karla IV.“)*

- o Ve spolupráci s agenturou CzechTourism (zahraničními zastoupeními) a Jihočeskou centrálou cestovního ruchu (předpokládaná spolupráce na cca 20 press tripech)

- **Inzerce** - koncentrace na cílové TOP trhy a klíčová témata komunikace 2016
- **Fotobanka destinace** – v návaznosti na přípravu nových tiskovin a prezentace na internetu aktualizace a rozšíření stávající fotobanky destinace – fotobanka k dispozici rovněž pro partnery
 - o Aktualizace **panoramatických fotografií** – destinační projekt, možnost zapojení partnerů s cílem vytvoření celkové virtuální prohlídky města včetně interiérů zapojených objektů (viz nabídka společnosti Pano 3D <http://www.pano3d.cz/> - projekty měst a obcí) – realizace předmětem jednání na základě zájmu partnerů v destinaci
- Natočení **video spotu/video vizitky destinace Český Krumlov** – realizace předmětem jednání na základě zájmu partnerů v destinaci
- **Sociální síť** (koncentrace na facebook, tripAdvisor, You Tube)

Zodpovídá: marketingový manažer

V rámci přípravy „Katalogu marketingové a obchodní spolupráce Český Krumlov Tourism“ nastavení pravidel (podmínek) spolupráce na press tripech s partnery v destinaci.

➤ Inovace současné ediční řady:

NÁVŠTĚVNÍCI/TURISTÉ (B2C)

- o Aktualizace **IMAGE propagačního materiálu „Vítejte v Českém Krumlově“** (ČJ, NJ, AJ mutace zvlášť, náklad 5 tis ks každá mutace) – distribuce především mimo ČK (první seznámení se s místem, upoutání pozornosti, koncentrace na fotografie)
- o Aktualizace **„Nabídka aktivit pro volný čas“** (ČJ, NJ, AJ mutace zvlášť, náklad 10 tis. ks každá mutace) – koncentrace na procházkové okruhy městem vyznačené v mapě, stručný popis turistických atraktivit doplněných fotografiemi - distribuce především v ČK (motivace ke strávení delšího pobytu)
- o Aktualizace **„trhací mapy“** (ČJ, NJ, AJ mutace dohromady, náklad 1.500 bloků po 100 ks, další mutace v tištěné podobě předmětem jednání dle potřeb v destinaci, eventuálně varianta dalších mutací ke stažení do smartphonů apod. zařízení)
- o Leták **„Kulturní tipy 2016/2017“** (ČJ, NJ, AJ mutace zvlášť, náklad 7 tis. ks každá mutace)
- o Aktualizace tiskovin **projektu ČK CARD** (ČJ, NJ, AJ mutace dohromady)

OBCHODNÍ PARTNEŘI/TOUROPERÁTOŘI (B2B – GROUP/MICE)

- o **Elektronická podoba prezentace destinace Český Krumlov** (ČJ, NJ, AJ) – flash disk – „Sales Guide destinace“ a „Business & Event Guide“ - využití pro obchodní partnery/touroperátory GROUP/MICE.

Všechny výše uvedené tiskoviny budou rovněž zpřístupněny ve formátu PDF na www.ckrumlov.info

Zodpovídá: marketingový manažer, produktový manažer (materiály pro segmenty GROUP a MICE, materiály pro ČK CARD)

V rámci přípravy „Katalogu marketingové a obchodní spolupráce Český Krumlov Tourism“ nastavení pravidel (podmínek) spolupráce při realizaci tiskovin (nabídka inzerce) a podmínek distribuce/odběru tiskovin.

VELETRHY, WORKSHOPY, PREZENTACE

- Presentace na vlastním výstavním infopultu na následujících **veletrzích** ve spolupráci a s finanční spoluúčastí vybraných partnerů:
 - o **Ferienmesse Wien** 14. – 17. 1. 2016 expozice CzechTourism – *účast se zástupcem Hotely Český Krumlov*
 - o **Slovakiatour Bratislava** 28. 1. – 31. 1. 2016 expozice Jihočeského kraje - *účast se společností Lipensko s.r.o. (již objednáno prostřednictvím JCCR)*
 - o **F.RE.E. Mnichov** 10. – 14. 2. 2016 expozice CzechTourism - *účast se zástupcem Hotely Český Krumlov*
 - o **ITB Berlín** 9. - 13. 3. 2016 expozice CzechTourism – *účast se zástupcem hotelu Růže*
- Presentace na následujících **odborných workshopech**:
 - o **IMEX Frankfurt nad Mohanem** 19. – 21. 4. 2016 expozice CzechTourism (*spoluúčast s Jihočeskou centrálou cestovního ruchu – v jednání*)

Český Krumlov bude dále prezentován prostřednictvím Jihočeské centrály cestovního ruchu prospektovým servisem na zahraničním veletrhu TC Lipsko a domácích veletrzích a výstavách cestovního ruchu (viz marketingový plán JCCR 2016)

Zodpovídá: marketingový manažer

PARTNERSTVÍ

SPOLUPRÁCE SE SDRUŽENÍMI V OBLASTI CESTOVNÍHO RUCHU A KULTURY PŮSOBÍCÍMI NA ÚZEMÍ DESTINACE

- **Sdružení cestovního ruchu Český Krumlov, z.s.**
 - o Účast 2 zástupců v realizačním týmu destinačního managementu Český Krumlov – kontinuální celoroční spolupráce
 - o Spolupráce při organizaci akcí Krumlovský masopust, Festival vína Český Krumlov a Českokrumlovský advent a Vánoce (Sdružení realizátorem adventního trhu)
 - o Spolupráce při naplňování Plánu podpory rozvoje cestovního ruchu 2016
- **Sdružení průvodců Český Krumlov**
 - o Účast 1 zástupce v realizačním týmu destinačního managementu Český Krumlov – kontinuální celoroční spolupráce
 - o Od roku 2016 obnova „Memoranda o vzájemné spolupráci mezi Sdružením průvodců Český Krumlov o.s. a Českokrumlovským rozvojovým fondem – Český Krumlov Tourism/městem Český Krumlov“, upravující konkrétní formy vzájemné spolupráce a oboustranného plnění
 - o Spolupráce při naplňování Plánu podpory rozvoje cestovního ruchu 2016
- **Občanské sdružení Půjčovny lodí a kempy na Vltavě**
 - o Účast 1 zástupce v realizačním týmu destinačního managementu Český Krumlov – kontinuální celoroční spolupráce
 - o Spolupráce při naplňování Plánu podpory rozvoje cestovního ruchu 2016

MARKETINGOVÁ PODPORA A OBCHODNÍ SPOLUPRÁCE S INDIVIDUÁLNÍMI SUBJEKTY CESTOVNÍHO RUCHU A KULTURY V DESTINACI

Realizováno na základě platných obchodních a partnerských podmínek – viz

KATALOG MARKETINGOVÉ A OBCHODNÍ SPOLUPRÁCE ČESKÝ KRUMLOV TOURISM

turistické služby, turistické produkty

turistické atraktivity, památkové objekty

kulturní, společenské, sportovní akce

- prezentace na webových stránkách města v oblasti turistické/volnočasové www.ckrumlov.info

- servis prostřednictvím Infocentra Český Krumlov (bezplatný informační servis pro návštěvníky destinace, zprostředkování a zobchodování služeb cestovního ruchu na základě potvrzené roční spolupráce, prezentace na plochách v interiéru a exteriéru – distribuce letáků, plakáty, velkoplošné TV, zpracování a realizace kombinovaných programů na zakázku prostřednictvím cestovní kanceláře)
- prezentace v rámci dalších aktivit Český Krumlov Tourism uvedených dále (edice, veletrhy, projekty podpory prodeje, PR a komunikace atd.)

Zodpovídá: marketingový manažer, manažer OIS, produktový manažer, vedoucí IC

PODÍL NA ORGANIZACI VYBRANÝCH AKCÍ, JEJICH MARKETINGOVÁ A PR PODPORA

- Akce, pořádané ve spolupráci s městem Český Krumlov a Městským divadlem Český Krumlov
 - o **Projekt Českokrumlovské slavnosti⁶**
 - Kouzelný Krumlov 30. 4. – 1. 5. 2016
 - Slavnosti pětileté růže 17. – 19. 6. 2016
 - Svatováclavské slavnosti 23. – 28. 9. 2016
 - Advent & Vánoce v Českém Krumlově 25. 11. 2016 – 6. 1. 2017
 - o **Ples města Český Krumlov 23. 1. 2016**
- Akce, pořádané ve spolupráci se Sdružením cestovního ruchu v Českém Krumlově
 - o **Krumlovský Masopust 6. 2. – 9. 2. 2016** - spolupořadatelé: Sdružení cestovního ruchu v Českém Krumlově, ZUŠ ČK; ČKRF partnerem akce
 - o **Festival vína Český Krumlov 1. 11. – 30. 11. 2016**
 - o **Advent & Vánoce v Českém Krumlově 25. 11. 2016 – 6. 1. 2017** – Sdružení realizátorem adventního trhu
- Akce, pořádané ve spolupráci s partnery v destinaci
 - o **Den s handicapem 10. 9. 2016** - spolupořadatelé: Kiwanis klub Český Krumlov, město Český Krumlov, ČKRF

Zodpovídá: marketingový manažer

⁶ ČKRF = spolupořadatel akcí, spolupráce na realizaci akce na základě Dohody o spolupráci při pořádání Českokrumlovských slavností, uzavřené dne 17.7.2012 mezi městem Český Krumlov, ČKRF a Městským divadlem Český Krumlov.

PARTNERSTVÍ V REGIONU

- Spolupráce v oblasti marketingové s organizacemi destinačního managementu na Lipně
- Spolupráce v oblasti marketingové s Národním parkem Šumava
 - konkrétní forma v jednání (bártrová spolupráce v rámci prezentace na webových stránkách, v tištěných materiálech, spolupráce při společné účasti na veletrzích, spolupráce při pořádání press a fam tripů apod.)

Zodpovídá: vedoucí Český Krumlov Tourism, marketingový manažer

PLÁNOVANÉ ATIVITY V KOOPERACI S JIHOČESKOU CENTRÁLOU CESTOVNÍHO RUCHU⁷

- **Komunikační téma 2016 = Jižní Čechy olympijské** – celoroční marketingová a komunikační kampaň s možností zapojení individuální turistické nabídky destinací v jižních Čechách; vyvrcholení srpen 2016 v Lipně nad Vltavou (olympijská vesnice v době konání mezinárodní letní olympiády)
- **Spolupráce na produktových liniích**, schválených v Konceptu rozvoje cestovního ruchu v Jihočeském kraji 2015 – 2020 (rodinná dovolená, aktivní dovolená, památky a kultura, gastronomie, lázně a wellness, venkovská turistika, kongresová turistika MICE, tematické produkty)
- **Účast v kolegiu cestovního ruchu Jihočeského kraje**
- Účast na společné **veletržní expozici** realizované JCCR v Bratislavě, prospektový servis na ostatních veletrzích s účastí JCCR
- Spolupráce při tvorbě **turistického informačního portálu jižních Čech (ISCR)**
www.jiznicechy.cz
- **Spolupráce na aktivitách v rámci marketingové komunikace dle Marketingového plánu JCCR 2016** (press a fam tripy – především ve spolupráci s CzechTourism, tiskové zprávy, tiskové konference, inzerce, ediční činnost atd.)

⁷ Viz Marketingový plán JCCR 2016.

- **SOUTH BOHEMIA CONVENTION BUREAU** – prezentace a propagace nabídky **MICE** segmentu Český Krumlov – spolupráce při aktualizaci elektronického katalogu, v jednání společná účast na workshopu IMEX ve Frankfurtu nad Mohanem (duben 2016), aktivní účast při realizaci workshopů, seminářů, fam a press tripů (termíny a účast v jednání)

PLÁNOVANÉ ATIVITY V KOOPERACI S AGENTUROU CZECHTOURISM⁸

- Úzká kooperace se zahraničními zastoupeními v oblasti organizace press a fam tripů, předpokládaná spolupráce na cca 20 press tripech a 5 fam tripech dle poptávky zahraničních zastoupení CzechTourism (zajištění servisu v místě – viz PR a komunikace výše)
- Účast na společné veletržní expozici realizované agenturou CzechTourism (viz výše)
- Spolupráce v rámci produktových linií agentury CzechTourism pro destinaci Česká republika (viz produkty výše)
- Spolupráce při přípravě tematického produktu pro rok 2017 – Země romantických příběhů – příběhy vztahující se ke gastronomii, živé kultuře, zdraví, architektuře (barokní kultura) aj.

Zodpovídá: vedoucí úseku cestovního ruchu, marketingový manažer

PLÁNOVANÉ ATIVITY V KOOPERACI S ARBERLAND REGIO GMBH

Arberland Regio GmbH = klíčový partner pro oblast Dolního Bavorska (s přesahem do JČ a ZČ)

- **Prezentace prostřednictvím distribuce propagačních materiálů** (Bavorská Železná Ruda, Centrum Bavaria Bohemia ve Freyungu, Ingolstadt, Mnichov, Pasov, okres Deggendorf, okres Pasov, okres Regen, město Cham a Regensburg, IC Bavorsko-Čechy v ČB a Plzni)
- **Prezentace na lokálních veletrzích** – Ostbayernschau Straubing 13.8.2016 – 21.8.2016, Rottalschau Karpfham 1.9.2016 – 6.9.2016
- **Prezentace on-line** (aktuální dění/pozvánky) www.bavorsko-cechy.cz, www.arberland-bayerischer-wald.de, www.bayerischer-wald.de

⁸ Viz Marketingový plán 2016 agentury CzechTourism.

- **Aktivní spolupráce se zástupci dolnobavorských médií** – rozesílání tiskových zpráv, newsletterů, spolupráce na individuálních press tripech
- Aktivní spolupráce se **zástupci dolnobavorských spolků, CK, hotelů apod.**

PLÁNOVANÉ ATIVITY V KOOPERACI S DONAU-MOLDAU-REGION

*Pokračování spolupráce s pracovní skupinou **Tourismusverband Linz + Blue Danube Airport Linz + Eurotours International** - příprava přeshraničních pobytových programů pro individuální klienty a skupiny, které budou distribuovány a prodávány prostřednictvím zavedených distribučních kanálů těchto partnerů.*

- Prodej produktů cestovního ruchu prostřednictvím distribučních kanálů Eurotours International – ČK součástí nabídky pro individuální klientelu (Tchibo CZ, Hofer Reisen)
- Ve spolupráci s Donau Oberösterreich Tourismus GmbH a společností AVALON (lodní doprava po Dunaji) organizace press a fam tripu 13.4.2016 pro cca 80 – 100 amerických touroperatorů a novinářů do Českého Krumlova – v rámci programu zajištěna prohlídka prostor Zámku a Barokního divadla, prohlídka města a Rožmberské veselí v hotelu Růže.
- Prezentace Českého Krumlova na letišti Linz

KLÍČOVÍ PARTNEŘI ČESKÝ KRUMLOV TOURISM

Na místní úrovni:

Sdružení cestovního ruchu v Českém Krumlově

Sdružení průvodců Český Krumlov

Občanské sdružení Půjčovny lodí a kempy na Vltavě

Individuální subjekty cestovního ruchu a kultury působící na území destinace:

- poskytovatelé turistických služeb
- provozovatelé turistických atraktivit a památkových objektů
- provozovatelé kulturních, sportovních, volnočasových zařízení
- organizátoři kulturních, společenských, sportovních akcí

Na regionální úrovni:

- Jižní Čechy - Jihočeská centrála cestovního ruchu, Krajský úřad Jihočeského kraje
- Národní památkový ústav – Územní památková správa v Českých Budějovicích
- Turistické autority významných turistických destinací širšího regionu JČ (Lipensko, České Budějovice, Hluboká nad Vltavou, Tábor, Písek, Jindřichův Hradec, Třeboň aj.)
- Národní park Šumava – *kooperace v jednání*

Na republikové úrovni:

- Agentura CzechTourism

Na zahraniční úrovni:

- Turistické instituce, autority, obchodní partneři regionu „Evropský region Dunaj – Vltava“ (koncentrace na Horní Rakousko, Dolní Bavorsko)

FINANCOVÁNÍ

ROZPOČET MĚSTA ČESKÝ KRUMLOV

Aktivita	Alokovaná částka v Kč bez DPH	Alokovaná částka v Kč s DPH
Smlouva o poskytnutí dotace na podporu rozvoje cestovního ruchu destinace Český Krumlov⁹		
Produkty, podpora prodeje	197.500,-	250.000,-
Český Krumlov CARD	118.500,-	150.000,-
PR a komunikace	276.500,-	350.000,-
E-marketing	150.100,-	190.000,-
Edice, tiskoviny	276.500,-	350.000,-
Propagace akcí, pořádaných ve spolupráci se Sdružením cestovního ruchu (Masopust, Oslavy osvobození)	23.700,-	30.000,-
Veletrhy, workshopy, prezentace	79.000,-	100.000,-
Financování vlastní spoluúčasti grantových příležitostí	63.200,-	80.000,-
Celkem	1.185.000,-	1.500.000,-
Dohoda o spolupráci při pořádání Českokrumlovských slavností¹⁰		
Propagace městských akcí	248.060,-	314.000,-
Smlouva o oprávnění k výkonu zvláštního práva pořizovatele databáze k Oficiálnímu informačnímu systému regionu Český Krumlov¹¹		
Podíl na správě a rozvoji OIS	276.500,-	350.000,-

⁹ Uzavíraná každoročně mezi městem Český Krumlov a ČKRF. Specifikuje roli ČKRF v oblasti řízení a podpory rozvoje cestovního ruchu destinace a financování podpory rozvoje cestovního ruchu zajišťované ČKRF a městem Český Krumlov.

¹⁰ Uzavřená dne 17.7.2012 mezi městem Český Krumlov, ČKRF a Městským divadlem Český Krumlov. Specifikuje role jednotlivých subjektů při pořádání akcí a financování akcí.

¹¹ Uzavřená dne 17.3.2004 mezi městem Český Krumlov a ČKRF. Město Český Krumlov je nositelem práv pořizovatele databáze OIS, ČKRF je uděleno právo k vytěžování a zužitkování obsahu uvedené databáze na dobu neurčitou. ČKRF přebírá správu, aktualizaci a rozvoj databáze OIS.

GRANTOVÉ PROGRAMY

- Příprava žádosti do **programu MK ČR „Podpora pro památky UNESCO na rok 2017“** (žádost do 30. 9. 2016) - priorita č. 3: Prezentace, propagace a edukace statků UNESCO – v jednání partnerství NPÚ ČB
- Podána žádost do grantového programu JČ kraje - dotační program: Podpora cestovního ruchu, opatření 2: Produkty CR, název projektu: Tvorba produktů destinace Český Krumlov, opatření 3: Podpora destinačních managementů

Zodpovídá: vedoucí úseku cestovního ruchu

ČESKÝ KRUMLOV TOURISM - KONTAKTY

Vedoucí úseku cestovního ruchu:

Ing. Jitka Boháčová

Tel.: 380 704 628

E-mail: tourism@ckrumlov.info

PR & marketingová manažerka:

Ing. Eva Vaněčková

Tel.: 380 704 629

E-mail: marketing@ckrumlov.info

Produktový manažer:

Daniel Kintzl

Tel.: 380 704 633

E-mail: incoming@ckrumlov.info

Manažer OIS:

Ing. Tibor Horváth

Tel.: 380 704 614

E-mail: ois@ckrumlov.info

INFOCENTRUM ČESKÝ KRUMLOV

Vedoucí Infocentra Český Krumlov

Andrea Kintzlová

Tel.: 380 704 625

E-mail: office@ckrumlov.info

Referenti cestovního ruchu

Michaela Picková

Tel.: 380 704 623

E-mail: program@ckrumlov.info

Milena Charvátová

Tel.: 380 704 622

E-mail: info@ckrumlov.info

Zuzana Marková

Tel.: 380 704 621

E-mail: tickets@ckrumlov.info

Petra Moravcová

Tel.: 380 704 622

E-mail: service@ckrumlov.info

David Sedláček

Tel.: 380 704 622

E-mail: tours@ckrumlov.info

Referenti prodeje zboží

Michal Humplík, Ivona Gallistlová

Tel.: 380 704 624

E-mail: shop@ckrumlov.info